

PARA CONTINUAR EL DIÁLOGO

RAFAEL ALVIRA

Hay tres formas principales de conseguir *unidad y paz* en un grupo social. La primera es la *coacción*; la segunda, la *motivación*; la tercera, la *convicción*. Las dos primeras coinciden con lo que en la Teoría clásica de la Educación se llamaban “métodos indirectos de aprendizaje”: castigos y premios. La tercera, en cambio, con el “método directo”, que es el amor al saber, único modo de conocer la verdad de algo.

La fuerza coactiva, las motivaciones, o la combinación de ambas, no han faltado nunca, ni pueden faltar en las sociedades. Las diferencias entre estas consisten en el mayor o menor peso y en el modo de combinarse en ellas de la coacción y las motivaciones (los premios).

Desde antiguo, sin embargo, es sabido que sólo si el elemento amor verdadero/convicción entra en juego, una sociedad puede tener una cierta *identidad*, y, como consecuencia, solidez interna y perspectivas de larga duración. No hay lugar aquí para un recorrido histórico detallado, pero quizás el mayor logro histórico –a pesar de todos sus defectos– en el plano de los grupos políticos fueron las llamadas “naciones cristianas”. En sus mejores momentos, supieron

distinguir –que no separar– el poder civil del eclesiástico, dinamizar la sociedad y –sobre todo– darle un elemento de enorme fuerza identitaria: la religión.

Cuando a finales del XVIII estalla la Revolución, sus autores son conscientes del problema, y por eso sustituyen las “naciones cristianas” por el “Estado nacional” democrático. El problema es que la clave esencial de ese Estado no es la nación, sino la democracia. Ahora bien, no hay sociedad ni por tanto sociedad política sin *símbolos reales* –esos símbolos son el *concepto* de la identidad– y el símbolo “libertad-igualdad-fraternidad” no tiene suficiente fuerza para unir. Por eso esa debilidad hubo de ser compensada por una sobrecarga de emotivismo sentimental: el “chauvinismo” francés, los movimientos románticos italiano y alemán, o los nacionalismos secesionistas.

El problema se ha agravado con el actual “globalismo”. La ciencia y la técnica actuales abren de modo imparable la comunicación y la movilidad de las gentes. Y no sólo el saber –que es fundamental–, sino el modo de organización económica con mercado mundial, y el sistema político democrático diluyen progresivamente las diferencias identitarias o, si se quiere, culturales. Por eso, los que hoy detentan en el mundo los prin-

cipales poderes –que son tanto “fácticos” como herederos de la originaria filosofía política democrática– consideran los movimientos nacionalistas y populistas como *sucesos colaterales inevitables* dentro del amplio proceso de progreso y democracia. Y eso es lo que son, ambos por *debilidad*, en el primer caso, afectiva, y, en el segundo, económica.

El nacionalismo la ha solido esconder mejor. En efecto, muchos de ellos han surgido apoyados en los intereses de una burguesía que pensaba mejorar su “estatus”. Pero eso no bastaba: se necesitaba una identidad nueva en la que apoyar su proyecto, y se reclutó enfervorizando al “pueblo” al otorgarle la sensación de salir de su debilidad para ejercer un poder de determinación. En los populismos el elemento identitario es más débil, y por eso se apoyan más en agudizar la sensación de explotación y económica del “pueblo”.

Uno y otro necesitan esa difícil figura del *intelectual carismático*, que les ofrezca un símbolo por el que luchar. Pero el símbolo, la identidad que ofrecen, es demasiado débil para enfrentarse en serio al globalismo democrático. El problema grave no está, por tanto, en ellos, sino en la ceguera del globalismo democrático ante la necesidad de una identidad fuerte.

CONSEJO EDITORIAL: PRESIDENTE D. RICARDO MARTÍ FLUXÁ (INDUSTRIA DE TURBO PROPULSORES, S.A.), D. HORST ALBACH (UNIVERSIDAD DE BONN, ALEMANIA), D. RAFAEL ALVIRA DOMÍNGUEZ (UNIVERSIDAD DE NAVARRA, ESPAÑA), D. JAUME AURELL CARDONA (UNIVERSIDAD DE NAVARRA, ESPAÑA), D. RICARDO F. CRESPO (UNIVERSIDAD DE CUYO, UNIVERSIDAD AUSTRAL, ARGENTINA), D. PIER PAOLO DONATI (UNIVERSIDAD DE BOLOGNA, ITALIA), D. JOAN FONTRODONA (IESE - UNIVERSIDAD DE NAVARRA, ESPAÑA), D. JOSÉ ANTONIO GARCÍA-DURÁN (UNIVERSIDAD DE BARCELONA, ESPAÑA), D. SANTIAGO GARCÍA ECHEVARRÍA (UNIVERSIDAD DE ALCALÁ, ESPAÑA), DÑA. MARY ANN GLENDON (HARVARD LAW SCHOOL, ESTADOS UNIDOS), D. SIMON KELLER (VICTORIA UNIVERSITY OF WELLINGTON, NUEVA ZELANDA), D. MIGUEL ALFONSO MARTÍNEZ-ECHEVARRÍA, (UNIVERSIDAD DE NAVARRA, ESPAÑA), D. RAFAEL RUBIO DE URQUÍA (UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID, ESPAÑA), D. ALEJO J. SISON (UNIVERSIDAD DE NAVARRA, ESPAÑA), D. GUIDO STEIN (IESE - UNIVERSIDAD DE NAVARRA, ESPAÑA), D. STEFANO ZAMAGNI (UNIVERSIDAD DE BOLOGNA, ITALIA) | **DIRECTOR/EDITOR** D. ÁNGEL ARRESE (UNIVERSIDAD DE NAVARRA) | **SUBDIRECTOR** D. ALFREDO CRUZ (UNIVERSIDAD DE NAVARRA) | **EDITORAS** Dña. MARINA MARTÍNEZ (UNIVERSIDAD DE NAVARRA) Dña. CRISTINA BOZAL (UNIVERSIDAD DE NAVARRA) | **NUÉVAS TENDENCIAS** ES UNA PUBLICACIÓN SEMESTRAL, DIRIGIDA PRINCIPALMENTE A DIRECTIVOS DE EMPRESAS, EN LA QUE SE REFLEXIONA, DESDE UNA PERSPECTIVA HUMANISTA, SOBRE PROBLEMAS, RETOS Y NUEVAS IDEAS QUE AFECTAN AL ÁMBITO DE LAS EMPRESAS Y LAS ORGANIZACIONES. NUEVAS TENDENCIAS Nº 98 JULIO 2017 © INSTITUTO EMPRESA Y HUMANISMO. UNIVERSIDAD DE NAVARRA 31009 PAMPLONA. ESPAÑA. E-MAIL: CBOZAL@UNAV.ES Y MARINA@UNAV.ES | HTTP://WWW.UNAV.EDU/WEB/INSTITUTO-DE-EMPRESA-Y-HUMANISMO/ **EDITA** SERVICIO DE PUBLICACIONES DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA, S.A. | **ISSN** 1139-8124 | **DEPÓSITO LEGAL** NA-226/1999 | **MAQUETACIÓN** ALBERTO MOLINA | **DISEÑO ORIGINAL** KEN | **PRODUCCIÓN** IDAZLUMA | IMPRESO EN ESPAÑA